# Professionnels engagés : « moins de déchets dans les commerces »

expérience exemplaire

## Sivom du Louhannais

Auteur :

35, Rue de la Quemine
71500 Branges
Voir le site internet
Francine Guillemin
sired.communication@wanadoo.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

## CONTEXTE

Cette opération, inspirée des actions menées par la Passiflore dans le Pays Coglais et Ecoscience Provence dans le Var, a débuté en janvier 2013 sur le territoire du SIVOM du Louhannais, retenu suite à un appel à candidature fait par la CCI 71 et l'ADEME. L'action est portée par la CCI 71 et le SIVOM du Louhannais. La CMA 71 s'est volontairement associée au groupe de travail et aux réflexions menées, afin de faire **évoluer les pratiques de tous les professionnels** et qu'ils puissent aussi **sensibiliser leurs clients**. Le Département, l'ADEME et l'Union commerciale de Louhans sont aussi partenaires de cette opération pilote.

Il s'agit là de **considérer le professionnel à la fois comme une cible et un partenaire du programme local**, en l'engageant à agir en faveur d'une réduction de sa production et/ou de la nocivité de ses déchets et à faire reconnaître sa démarche d'exemplarité auprès de ses clients, en vue de les inciter à agir eux-mêmes et à accepter un changement de comportement proposé par leur commerçant (par exemple plus de sac de caisse, revenir avec des emballages rechargeables,...).

Au-delà de l'adhésion de plusieurs commerçants pour la réduction de leurs déchets, cette action a permis la rédaction par la CCI d'un **guide de retour d'expériences** pour d'autres acteurs.

## OBJECTIFS ET RESULTATS

### Objectifs généraux

### Sensibiliser les professionnels à la réduction des déchets

Les commerçants et artisans correspondent à une cible encore trop rarement mise à contribution dans la sensibilisation à la prévention et doivent prendre conscience de l'impact environnemental de leurs activités et changer leurs habitudes.

### Sensibiliser le grand public

Les professionnels sont à considérer à la fois comme des cibles du programme local de prévention, en les engageant dans des actions en faveur d'une réduction de leurs déchets, mais également comme des partenaires qui vont contribuer à faire reconnaître leur démarche d'exemplarité auprès de leurs clients. De plus, en acceptant les changements de comportement proposés par les commerçants (suppression de sacs de caisse, utilisation d'emballages rechargeables...), les usagers vont être incités à agir eux-mêmes en faveur de l'environnement.

### Réaliser un guide pratique de mise en œuvre de ce type d'actions

### Résultats quantitatifs

- 26 commerçants se sont engagés dans l'action (36 rencontrés)
- 6 composteurs installés
- 11 commerçants qui compostent
- 1 tonne/an évitée avec le STOP PUB

### Résultats qualitatifs

### Impact de la communication

- Des clients réutilisent un cabas
- Des commerçants donnent des seaux/pots à leurs clients au lieu de les jeter
- Pour la vente en vrac, des clientsreviennent avec leurs contenants vides
- Des maraîchers viennent récupérer des déchets organiques

### Autres

Les commercants engagés ont réduit de moitié leur consommation de papier

## MISE EN OEUVRE

### Description de l'action

### Exemple d'éco-gestes selon les activités

**En boulangerie** : Limiter l'emballage individuel des pâtisseries, demander au client s'il veut du papier autour du pain, donner les invendus de pain, composter les déchets alimentaires...

**Chez le coiffeur** : Acheter les produits en gros volume, proposer des recharges, utiliser des textiles lavables plutôt que jetables...

**En commerce alimentaire** : Proposer la vente en vrac ou à la coupe en informant les clients de la possibilité d'apporter son propre contenant, privilégier les produits locaux, utiliser des étiquettes de prix réinscriptibles (ardoise, feutre velleda)...

### Planning

Cette action a été initiée fin 2012 par la CCI Saône et Loire et l'ADEME dans le cadre d'un appel à projets pour un secteur pilote. Le SIVOM du Louhannais avait déjà identifié une telle action, en raison de la densité importante de commerçants sur son territoire : 125 commerçants sur 500 m. Cette action aura duré un peu plus d'un an, avec une opération de communication finale.

- **Envoi de courriers** (avril 2013) avec plaquette de présentation et proposition d'inscription à une réunion : 3 réponses sur 126 envois
- **Porte-à-porte en binôme** (SIVOM / CCI), en juin 2013, pour expliquer, faire adhérer à l'opération et prendre rendez-vous pour la réalisation d'un diagnostic : Bilan de 26 diagnostics et 10 refus (manque de temps, incompréhension).
- **Présentation aux commerçants des éco-gestes à mettre en place** (lors d'un nouveau rendez-vous au porte-à-porte en octobre 2013) sur la base des données récupérées lors du diagnostic.
- **Suivi de la mise en place de ces gestes** (étape très importante pour la réussite et la pérennité de cette action) : 3 visites par commerçant sur 5 mois (plus une 4ème au bout d'un an).
- **Réalisation des actions de communication** avec la rédaction d'un article par commerçant ayant participé à l'opération (publication sur le journal local) et d'une chronique sur la radio locale sous forme de témoignage.
- **Remise d'un label départemental aux commerçants** (avril 2014). Rédaction d'un guide de retour d'expérience par la CCI (disponible sur le site de l'ADEME Bourgogne).

### Moyens humains

Opération très chronophage (organisation de la réunion, porte-à-porte, diagnostics, ...).

- 115 jours pour la conseillère déchets CCI (+15 jours pour la rédaction du guide)
- 1/3 temps pour la chargée de prévention.

### Moyens financiers

Budget global de 7 400€ dont :

- 4 000€ de spots radio
- 2 500€ d'articles de journaux
- 400€ de supports de communication
- 200€ de composteurs
- 300€ d'organisation de réceptions (réunions, remise du label)

### Partenaires mobilisés

Opération menée conjointement par la CCI et le SIVOM. Autres partenaires :

- ADEME (aide technique et financière)
- CG (aide technique et financière)
- CMA (aide technique)
- l'Union Commerçante du territoire pilote (aide technique)

## VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

### Facteurs de réussites

Le commerçant est aussi le partenaire de l'opération, il s'engage à témoigner et augmenter ainsi la portée pédagogique de l'action auprès du grand public.

### Difficultés rencontrées

Cette opération a été conçue pour permettre à la CCI de la dupliquer dans d'autre territoires sans y consacrer autant de moyens, ceci grâce au guide retour d'expérience réalisé et à un accompagnement pour le lancement des futures opérations. La CCI 71 propose cette offre de service sur toute la Bourgogne.

### Recommandations éventuelles

Cette opération a été conçue pour permettre à la CCI de la dupliquer dans d'autre territoires sans y consacrer autant de moyens, ceci grâce au guide retour d'expérience réalisé et à un accompagnement pour le lancement des futures opérations. La CCI 71 propose cette offre de service sur toute la Bourgogne.

Une bonne connaissance du tissu économique local et de ses acteurs  est un plus pour conduire ce type d'action. Autres recommandations :

- Eviter d'organiser des réunions d'informations pour la cible des commerçants : le porte-à-porte est plus adapté à leurs contraintes d'organisation et à leurs disponibilités.
- Importance du travail en partenariat : mutualisation de la charge de travail et des compétences, crédibilité vis-à-vis des cibles.
- Le soutien de l'union commerciale est un plus indéniable

---

### Mots clés

PREVENTION DES DECHETS | ARTISANAT | CONSOMMATION DURABLE

### Dernière actualisation

Octobre 2019

Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

### Contact ADEME

Frédéric JAN

frederic.jan@ademe.fr

Direction régionale Bourgogne-Franche-Comté